



Universitas Nasional

**Persepsi Khalayak Tentang Citra Erigo Pasca Keikutsertaan di
Ajang New York Fashion Week 2021 (Analisis Resepsi melalui
penelaahan dokumentasi Erigo pada Instagram)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi
(S.Ikom)

AMANDA MUTIA PASYA

NPM. 193516516035

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JANUARI, 2023



Universitas Nasional

**AUDIENCE PERCEPTION OF ERIGO'S IMAGE AFTER PARTICIPATING IN
THE NEW YORK FASHION WEEK 2021
(RECEPTION ANALYS THROUGH REVIEWING ERIGO'S DOCUMENTATION ON
INSTAGRAM)**

THESIS

Submitted as one of the requirements for obtaining
Bachelor of Communication Science Degree (S.Ikom)

AMANDA MUTIA PASYA

NPM. 193516516035

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAMME**

JANUARI, 2023



**UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK JAKARTA**

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

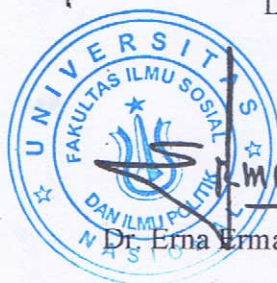
Nama : Amanda Mutia Pasya
NPM : 193516516035
Judul Skripsi : PERSEPSI KHALAYAK TENTANG CITRA ERIGO PASCA
KEIKUTSERTAAN NEW YORK FASHION WEEK 2021 (ANALISIS
PERSEPSI MELALUI PENELAAHAN DOKUMENTASI ERIGO
PADA INSTAGRAM)
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui

Dosen Pembimbing

Dr. Nurhasanah Haspiaini, M. Si

Dekan



Dr. Erna Ermawati Chotim, M. Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : AMANDA MUTIA PASYA
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516035
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI - PERIKLANAN
Judul Skripsi : Persepsi Khalayak Tentang Citra Erigo Pasca Keikutsertaan di Ajang New York Fashion Week 2021 (Analisis Resepsi melalui penelaahan dokumentasi Erigo pada Instagram)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 22 FEBRUARI 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 1 MARET 2023

Ketua Sidang : Prof. Dr. Lijan Poltak Sinambela, M.M.

Penguji I : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Penguji II : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Amanda Mutia Pasya
NPM : 193516516035
Fakultas/Akademik : FISIP
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : Rabu, 22 Februari 2023




JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

Persepsi Khalayak Tentang Citra Erigo Pasca Keikutsertaan di Ajang New York Fashion Week 2021 (Analisis Resepsi melalui penelaahan dokumentasi Erigo pada Instagram)

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

Audience Perception of Erigo's Image After Participating in the New York Fashion Week 2021 (Reception Analysis through reviewing Erigo's documentation on Instagram)

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 06 Maret 2023	TGL: 09 Maret 2023	TGL: 06 Maret 2023
 Dr. Nurhikmah Nurhasanah, S.Pd., M.Pd.		

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amanda Mutia Pasya

NIM : 193516516035

Judul Skripsi : PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI INSTAGRAM
(ANALISIS RESEPSI PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK
ERIGO DI INSTAGRAM)

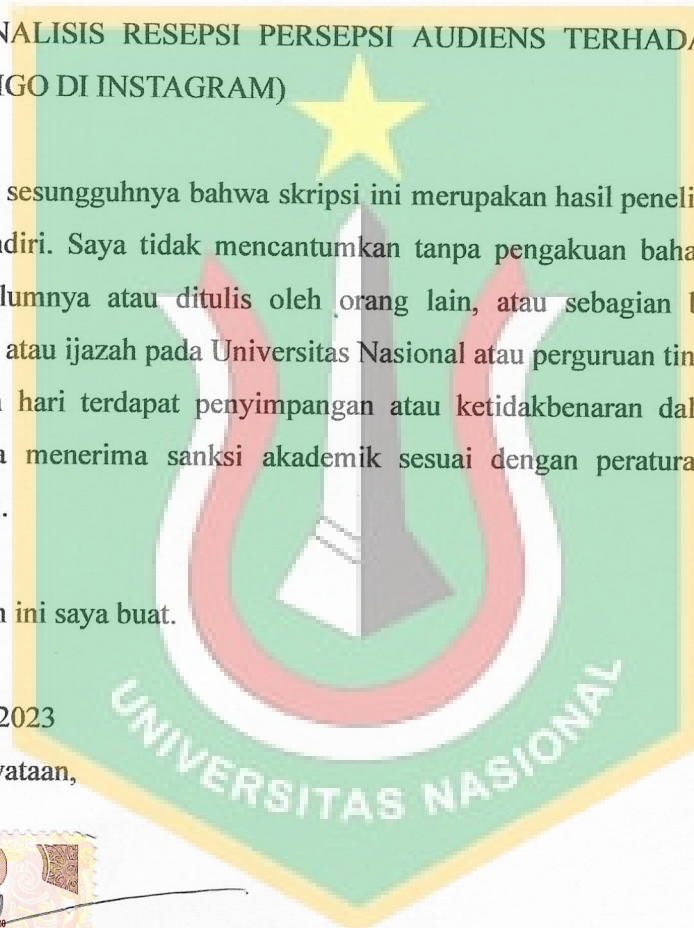
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 08 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



ABSTRAK

Nama : Amanda Mutia Pasya

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Persepsi Khalayak Tentang Citra Erigo Pasca Keikutsertaan di Ajang New York Fashion Week 2021: (Analisis Resepsi melalui penelaahan dokumentasi Erigo pada Instagram)

<p>Kata Kunci: Persepsi, Audiens, Merk, Media Sosial Instagram</p>	<p>Instagram adalah media komunikasi yang digunakan oleh Erigo untuk mempromosikan produk Merk Erigo, dan mengubah persepsi audiens terhadap Erigo. Erigo mengikuti New York Fashion Week dan mempublikasikannya melalui Instagram. Usaha ini dilakukan untuk mengubah persepsi Audiens terhadap Erigo, karena adanya persepsi kurang baik bahwa Erigo disebut sebagai merk 'pasaran'. Pada penelitian ini Teori yang digunakan adalah Teori Resepsi, menggunakan metodologi kualitatif deskriptif, dan metode resepsi. Stuart Hall. Stuart Hall menjelaskan bahwa terdapat tiga posisi pemaknaan, yaitu <i>Dominant Reading</i> (Audiens menerima pesan dari Erigo), <i>Negotiated Reading</i> (Audiens menerima pesan dari Erigo dengan menambahkan pendapat pribadi), dan <i>Oppositional Reading</i> (Audiens menolak pesan Erigo). Berdasarkan hasil analisis resepsi dari lima audiens yang diwawancarai. Terdapat dua posisi pemaknaan, yaitu <i>Negotiated Reading</i> yang dimana Audiens menerima pesan dari Erigo tetapi menambahkan pendapat pribadi, dan <i>Oppositional Reading</i> yang dimana Audiens menolak pesan yang disampaikan oleh Erigo. Kesimpulan penelitian ini bahwa citra Erigo tidak berubah.</p>
<p>Keywords: Perception, Audience, Brand, Social Media Instagram</p>	<p>Instagram is a communication medium used by Erigo to promote Erigo Brand products, and change the audience's perception of Erigo. Erigo attended New York Fashion Week and published it by Instagram. This effort was made to change the Audience's perception of Erigo, because there is an unfavorable perception that Erigo is referred to as a 'market' brand. In this research, the theory used is reception theory, using descriptive qualitative methodology and reception method. Stuart Hall. Stuart Hall explained that there are three positions of meaning, namely Dominant Reading (Audience receives messages from Erigo), Negotiated Reading (Audience receives messages from Erigo by adding personal opinions), and Oppositional Reading (Audience rejects Erigo's messages). Based on the results of the reception analysis of the five audiences interviewed. There are two positions of meaning, namely Negotiated Reading in which the Audience receives messages from Erigo but adds personal opinions, and Oppositional Reading in which the Audience rejects the messages conveyed by Erigo. The conclusion of this study is that Erigo's image has not changed.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si</p>

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena dengan limpahan rahmat dan hidayah- Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul *Persepsi Khalayak tentang Citra Erigo Pasca Keikutsertaan di Ajang New York Fashion Week 2021: (Analisis Resepsi melalui penelaahan dokumentasi Erigo pada Instagram)*. Pada kesempatan ini izinkan penulis untuk menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini, terutama kepada:

1. Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional
2. Dr. Erna Ernawati Chotim, S.Sos., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
3. Drs. Adi Prakosa., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
4. Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga untuk membimbing penulis melakukan penelitian ini, sehingga penulis memahami sepenuhnya mengenai penelitian yang diteliti.
5. Seluruh dosen Universitas Nasional program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
6. Seluruh karyawan Bailey|Capel yang telah memberikan ilmu mengenai periklanan, serta dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
7. Yesaya Ferdinand, yang telah membantu penulis dalam memahami mengenai teori yang digunakan dalam penelitian ini.
8. Eduard Sigalingging, yang telah memberi ilmu kepada penulis dalam mencari data, dan mengolah data.
9. Seluruh informan, yang telah bersedia diwawancara untuk penelitian ini.

Semoga Tuhan YME memberikan balasan atas kebaikan yang mereka berikan kepada penulis.

Jakarta, 08 Februari 2023

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penulisan	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Teori	17
2.2.1 Reception Theory	17
2.3 Persepsi.....	23
2.4 Media baru.....	26
2.4.1 Media sosial Instagram.....	27
2.5 Komunikasi Massa.....	31
2.6 Audiens (Khalayak).....	35
2.7 Citra merk.....	38
2.8 Kerangka Berpikir.....	40
BAB 2 METODE PENELITIAN.....	42
3.1. Pendekatan Penelitian	42
3.1.1 Metode Penelitian	44
3.2 Penentuan Informan	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	48
3.4 Teknik pengolahan data dan Analisis Data	50
3.5 Keabsahan Data	52
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Profil Perusahaan.....	54
4.2 Profil Informan.....	55
4.3 Analisis Penelitian	60
4.4 Pembahasan.....	86
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1. Kesimpulan.....	99
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	

LAMPIRAN

